

**Cauza C-133/20**

**Cerere de decizie preliminară**

**Data depunerii:**

11 martie 2020

**Instanța de trimitere:**

Hoge Raad der Nederlanden (Țările de Jos)

**Data deciziei de trimitere:**

6 martie 2020

**Recurentă:**

European Pallet Association eV

**Intimată:**

PHZ BV

---

[omissis]

**HOGE RAAD DER NEDERLANDEN [CURTEA SUPREMĂ A ȚĂRILOR  
DE JOS, ȚĂRILE DE JOS]**

CAMERA CIVILĂ

[omissis]

**Data** 6 martie 2020

**HOTĂRÂRE**

În cauza

unei persoane juridice de drept german EUROPEAN PALLET ASSOCIATION  
E.V., cu sediul în Münster, Germania,

RECURENTĂ în cauză,

denumită în continuare „EPAL”,

[*omissis*]

împotriva

PHZ B.V.,

cu sediul în Zoetermeer,

INTIMATĂ în căsătorie,

denumită în continuare „PHZ”,

[*omissis*] [OR 2]

## **1. Desfășurarea litigiului în recurs**

1.1 [*omissis*]

1.2 [*omissis*] [desfășurarea procedurii naționale]

## **2. Premise și fapte**

2.1 În recurs, se iau în considerare următoarele.

- (i) EPAL este titulara mărcii înregistrate a Uniunii Europene pentru cuvântul/marca figurativă EPAL, cu numărul de înregistrare 472415, înscrisă la 22 decembrie 1998, între altele pentru „paleți reutilizabili” (clasele 6 și 20). Marca este identificată ca marcă colectivă.
- (ii) Există un sistem de drept privat pentru standardizarea așa-numiților paleți EUR/EPAL (denumit în continuare „sistemul EPAL”). Acest sistem presupune că paleții (denumiți în continuare „europaleți”) trebuie să respecte, inclusiv după reparare, anumite standarde și specificații. În baza acestui sistem, producția și reparația europaleților, precum și comercializarea acestora, sunt rezervate firmelor care dețin un drept de utilizare acordat de EPAL (deținătorii de licențe).
- (iii) EPAL este însărcinată cu gestionarea europaleților și cu controlul calității acestora. Acești paleți sunt prevăzuți cu marcajele EUR și/sau EPAL, prin însemnarea cu fierul roșu pe distanțier, și sunt astfel puși în circulație pe piața economică. EPAL are drept obiectiv crearea și menținerea unui sistem pool deschis la nivel global, în cadrul căruia calitatea și caracteristicile paleților sunt constante, astfel încât să fie posibilă înlocuirea paleților. De asemenea, EPAL urmărește să combată falsificarea acestor paleți.

- (iv) PHZ nu deține un drept de utilizare precum cel menționat la punctul (ii). În 2014, ea a reparat și a comercializat ulterior europaleți prevăzuți cu marcajul EPAL.

2.2.1 În această procedură, în măsura în care este important în recurs, EPAL solicită:

- o hotărâre declarativă potrivit căreia PHZ se face vinovată de încălcarea mărcii, respectiv a acționat în mod ilegal prin faptul că a reparat și a comercializat paleți reparați care au fost inițial puși în circulație sub marca EPAL;

- un ordin de încetare a reparării și a comercializării ulterioare a paleților prevăzuți cu marcaj EPAL, sub sancțiunea unei penalități cu titlu cominatoriu.

În acest scop, EPAL susține, pe scurt, că PHZ nu doar a reparat europaleți prevăzuți cu marcaj EPAL, ci i-a și comercializat ulterior. **[OR 3]**

2.2.2 Rechtbank a admis cererile care privesc comercializarea ulterioară a europaleților, însă le-a respins pe cele care privesc numai repararea acestora.<sup>1</sup>

2.2.3 [Gerechtshof] a confirmat hotărârea rechtbank, în măsura în care hotărârea impune PHZ ca, cu aplicare imediată după notificarea acesteia, să înceteze și să nu continue comercializarea ulterioară a paleților prevăzuți cu marcaj EPAL reparați de PHZ, în contextul în care aceste reparații constau în modificări ale stării paleților care nu sunt de importanță secundară, în sensul Hotărârii Valeo a Benelux-Gerechtshof [Curtea de Justiție din Benelux], sub sancțiunea unei penalități cu titlu cominatoriu. În rest, [Gerechtshof] a anulat hotărârea rechtbank și a respins cererile EPAL.<sup>2</sup> În acest sens, [Gerechtshof] a considerat următoarele, în măsura în care este important în recurs.

Nu s-a contestat interdicția pronunțată de instanță, în măsura în care aceasta privește comercializarea unor paleți reparați de PHZ, în condițiile în care reparațiile constau în „modificări ale stării paleților care nu sunt de importanță secundară”, astfel cum se menționează în Hotărârea Valeo a Benelux-Gerechtshof [Curtea de Justiție din Benelux]. (punctul 3.2 din motive)

Europaleții care fac obiectul acestui litigiu au fost puși în circulație de titularul mărcii sau cu acordul acestuia. În conformitate cu articolul 13 din Regulamentul nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 (denumit în continuare „Regulamentul privind marca comunitară”), încă aplicabil acestui

<sup>1</sup> [omissis]

<sup>2</sup> [omissis]

litigiu, EPAL poate interzice, prin urmare, comercializarea ulterioară numai atunci când motive legitime o îndreptățesc să se opună comercializării ulterioare, în special atunci când starea paleților se modifică sau se alterează după introducerea acestora pe piață. (punctul 3.6 din motive)

În pledoaria din apel, EPAL a precizat că deteriorarea paleților înainte de reparare, deci nu reparația în sine, constituie modificarea în sensul articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară. Ea nu mai consideră (prin urmare) reparațiile drept modificări ale stării paleților. Aceasta înseamnă că acțiunea privind încălcarea nu poate fi admisă în temeiul existenței de modificări în sensul articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară, întrucât nu se susține și nici nu rezultă că PHZ ar fi comercializat paleți deteriorați. (punctele 4.2-4.3 din motive)

EPAL consideră totuși că există un motiv legitim în sensul articolului 13 din Regulamentul privind marca comunitară, întrucât funcția mărcii EPAL de indicare a originii, respectiv funcția de garantare a calității, nu mai este asigurată în urma faptului că o persoană care nu deține licență efectuează reparații. (punctele 4.4 și 4.7 din motive)

Titularul mărcii se poate opune comercializării ulterioare a produselor dacă există un motiv legitim, iar comercializarea ulterioară aduce atingere sau poate aduce atingere funcțiilor mărcii. (punctul 4.5 din motive)

Printre altele, se aduce atingere funcției de indicare a originii atunci când, în acțiunile de publicitate ale revânzătorului, marca este astfel folosită încât se poate crea impresia că există o legătură comercială între revânzător și titularul mărcii (care este, în acest caz, EPAL și/sau membrii săi), și în special că întreprinderea revânzătorului aparține rețelei de distribuție a titularului mărcii sau că există o legătură specială între cele două întreprinderi. PHZ comercializează ulterior paleții pe care i-a achiziționat. Prin urmare, ea vinde produse la mâna a doua și trebuie să se presupună că clienții săi știu acest lucru. PHZ menționează acest lucru și pe site-ul [OR 4] său, pe care este ilustrat un europalet cu marcajul EPAL. Aceste împrejurări nu sunt de așa natură încât să se poată afirma că se creează impresia că între PHZ și EPAL/membrii săi există o legătură economică și nici că site-ul PHZ aduce o atingere serioasă reputației mărcii. (punctul 4.9 din motive)

Marca colectivă EPAL are drept funcție garantarea faptului că aceste produse provin de la un membru/deținător de licență al EPAL (deci au proveniență originală), fapt care garantează calitatea acestora la momentul primei comercializări. Marca nu are funcția de a garanta calitatea ulterior și nu garantează, de asemenea, nici faptul că terții nu vor efectua reparații asupra produselor. Prin urmare, nu se poate impune ca, prin intermediul unei mărci colective, paleții să fie reparați după introducerea lor pe piață cu acordul titularului mărcii, conform anumitor standarde, exclusiv de membrii

titularului mărcii și de deținătorii de licență ai acestuia, pentru a se menține astfel calitatea după prima comercializare. Prin urmare, contrar opiniei exprimate de EPAL, funcția de indicare a originii nu face obiectul litigiului în cazul în care o persoană care nu deține licență efectuează reparații și, prin urmare, calitatea constantă a europaleților nu poate fi garantată în comercializarea ulterioară. (punctul 4.10 din motive)

Tot din motivul indicat mai sus, nu se aduce atingere nici funcției de garantare a calității și funcției de investiție. Pe lângă aceasta, opinia EPAL potrivit căreia reparațiile efectuate de PHZ nu reprezintă o modificare a stării produsului are drept consecință faptul că, prin comercializarea ulterioară de către PHZ a paleților reparați, nu se aduce atingere acestor funcții ale mărcii, întrucât paleții nu sunt (prin urmare) modificați în urma reparației, astfel că nu se poate considera că aceștia ar avea o calitate mai slabă decât cea avută anterior și că ar submina reputația mărcii EPAL. (punctul 4.11 din motive)

Argumentele subsidiare ale EPAL, potrivit cărora fiecare reparație efectuată de o persoană care nu deține licență implică o modificare mai mare decât una de importanță secundară, sunt în sine contradictorii, de neînțeles și lipsite de relevanță, ținând cont de cele de mai sus. (punctul 4.13 din motive)

Nu există motive legitime, în sensul articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară, din moment ce niciuna dintre funcțiile mărcii EPAL nu este afectată sau nu poate fi afectată de comercializarea ulterioară de către PHZ. (punctul 4.14 din motive) Dreptul conferit de marca EPAL este, astfel, epuizat pentru europaleții care fac obiectul acestui litigiu. (punctul 5.1 din motive)

În subsidiar, EPAL și-a bazat solicitările pe existența unei fapte ilicite. EPAL și-a întemeiat această acțiune pe faptul că, prin comercializarea paleților cu marca EPAL care nu respectă standardele sistemului EPAL, PHZ aduce atingere acestui sistem. Astfel, acțiunea bazată pe fapta ilicită se întemeiază, în esență, pe argumentul potrivit căruia PHZ folosește marca EPAL, astfel încât aceste solicitări sunt tratate în același mod precum cele bazate pe dreptul conferit de marcă. (punctul 5.3 din motive)

### **3.     Aprecierea motivului**

3.1.1 Aspectul 1 al motivului privește argumentul EPAL potrivit căruia aceasta are un motiv legitim să se opună comercializării ulterioare a paleților, întrucât starea acestor paleți a fost modificată sau alterată.

Subaspectele 1.1.1 și 1.1.2 critică faptul că [Gerechtshof] (la punctul 4.2 din motive) nu a ținut cont că EPAL a susținut că are un motiv legitim, care constă în menținerea sistemului EPAL și controlul și prevenirea subminării acestuia. În plus, subaspectele critică faptul că [Gerechtshof] nu a ținut cont

că EPAL a susținut că fiecare reparație efectuată de PHZ (sau de alte [OR 5] persoane care nu dețin licență) trebuie considerată drept o modificare mai mare decât una de importanță secundară. Potrivit subaspectelor motivului, argumentul susținut de EPAL, potrivit căruia starea produsului se modifică prin deteriorarea paleților înainte de reparație, nu exclude faptul că fiecare reparație efectuată de PHZ trebuie considerată drept o modificare mai mare decât una de importanță secundară.

Subspectul 1.1.3 critică aprecierea [Gerechtshof] de la punctul 4.3 din motive și susține (pe scurt) că pot exista modificări și în cazul în care produsele nu sunt deteriorate.

Subaspectul 1.1.4 critică faptul că, la punctul 4.3 din motive, [Gerechtshof] nu a ținut cont că EPAL a afirmat că repararea de către PHZ a paleților deteriorați nu exclude modificarea stării produselor, rezultată în urma deteriorării acestora.

Subaspectul 1.1.5 critică faptul că (la punctul 4.13 din motive) [Gerechtshof] nu a ținut cont de faptul că din jurisprudența constantă rezultă că argumentele subsidiare invocate de o parte nu pot fi respinse numai pentru motivul că aceste argumente sunt contrare celor susținute în principal de partea respectivă.

3.1.2 Aspectul 2 critică faptul că aprecierea [Gerechtshof] (la punctul 4.5 din motive) conține o eroare de drept, în măsura în care [Gerechtshof] a acceptat drept criteriu faptul că un titular al mărcii se poate opune comercializării ulterioare a produselor numai dacă (i) există un motiv legitim și (ii) comercializarea ulterioară poate aduce atingere funcțiilor mărcii. Atunci când titularul mărcii are un motiv legitim să se opună comercializării ulterioare a produselor, comercializarea va aduce atingere funcțiilor mărcii. Prin urmare, potrivit acestui aspect, acestea nu sunt două criterii separate care trebuie respectate.

3.1.3 Subaspectul 3.1 critică, în primul rând, că (la punctul 4.9 din motive) [Gerechtshof] nu a ținut cont de faptul că o persoană care comercializează produse revizuite trebuie, în principiu, să depună toate eforturile rezonabile în cadrul acestei comercializări pentru a evidenția că produsele în cauză sunt revizuite. De asemenea, [Gerechtshof] nu a ținut cont de faptul că impresia unei legături comerciale între PHZ, pe de o parte, și EPAL sau membrii EPAL, pe de altă parte, nu poate fi creată numai prin acțiunile de publicitate pentru bunurile în cauză, ci și prin comercializarea acestor bunuri și prin orice altă utilizare a unui semn care este identic sau similar cu marca. În această privință, poate fi important, de exemplu, dacă crearea unei impresii eronate privind existența unei legături economice între titularul mărcii și terț poate fi evitată cu ajutorul etichetării. În acest sens, subaspectul face referire

la Hotărârea Valeo a Curții de Justiție din Benelux,<sup>3</sup> la Hotărârea Viking Gas/Kosan Gas a Curții de Justiție a Uniunii Europene<sup>4</sup> și la Hotărârea Kool/Primagaz a Hoge Raad [Curtea Supremă]<sup>5</sup>

3.1.4 Subaspectul 3.2 este îndreptat împotriva aprecierii [Gerechtshof] (punctul 4.10 din motive) potrivit căreia marca nu are funcția de a garanta calitatea după prima comercializare, iar aceasta nu garantează, de asemenea, nici faptul că terții nu vor efectua reparații asupra produselor și nu se poate impune ca, prin intermediul unei mărci colective, paleții să fie reparați după introducerea lor pe piață cu acordul titularului mărcii, conform anumitor standarde, exclusiv de anumite persoane (juridice), de membrii acestora/de deținătorii de licență, pentru a se menține astfel calitatea după prima comercializare.

Subaspectul 3.2.1 critică faptul că [Gerechtshof] nu a ținut cont de faptul că funcțiile mărcii EPAL [OR 6] nu privesc numai calitatea la prima comercializare, ci inclusiv după aceasta. Acest lucru are legătură cu natura produselor, care sunt interschimbabile, sunt destinate reutilizării (frecvente) și suportă de regulă sarcini mari. Prin urmare, trebuie să se prevadă exigențe mari pentru producerea și repararea paleților, iar utilizatorii trebuie să poată avea încredere că paleții respectă aceste exigențe, astfel cum reiese din acest subaspect.

Subaspectul 3.2.2 critică faptul că, cu ultima teză din punctul 4.10 din motive, [Gerechtshof] nu a ținut cont că EPAL a susținut că numai comercializarea ulterioară a paleților reparați de PHZ, prevăzuți cu marcajul EPAL, încalcă dreptul conferit de marca sa. EPAL a susținut că, dacă dorește să repare ea europaleții, însă nu dorește să devină membru EPAL, PHZ trebuie să îndepărteze și/sau să acopere marcajele EPAL, pentru a indica în mod clar publicului că este vorba despre paleți revizuiți. Este posibilă îndepărtarea mărcii colective EPAL fără a se aduce atingere posibilității de utilizare a produsului și/sau atractivității acestuia, astfel cum reiese din acest subaspect.

Subaspectul 3.2.3 critică faptul că (la punctul 4.10 din motive) [Gerechtshof] nu a ținut cont de natura mărcii colective și de aspectele ei inerente. Regulamentul aferent mărcii colective EPAL stabilește cerințe atât pentru membrii EPAL, cât și pentru utilizarea mărcii de către aceștia. Astfel, potrivit acestui subaspect, marca colectivă EPAL are într-adevăr funcția de a garanta calitatea după prima comercializare. Subaspectul 3.2.4 critică faptul că [Gerechtshof] s-a bazat pe o eroare de drept în ceea ce privește funcția de indicare a originii, prin acceptarea faptului că această funcție poate face

<sup>3</sup> Curtea de Justiție din Benelux 6 noiembrie 1992, [omissis] [cauzele A 89/1 și A 91/1].

<sup>4</sup> Curtea de Justiție a Uniunii Europene 14 iulie 2011, cauza C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485.

<sup>5</sup> Hoge Raad [Curtea Supremă] 5 ianuarie 2018, ECLI:NL:HR:2018:10.

obiectul litigiului numai la momentul primei comercializări, însă nu și ulterior. Astfel cum reiese din acest subaspect, cazurile menționate la articolul 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară abordează, prin definiție, comercializarea ulterioară a produselor, după ce acestea au fost puse în circulație.

- 3.1.5 Aspectul 4 este îndreptat împotriva aprecierii [Gerechtshof] (la punctul 5.3 din motive) potrivit căreia solicitările EPAL, în măsura în care sunt bazate pe o faptă ilicită, se întemeiază, în esență, pe argumentul potrivit căruia PHZ utilizează marca EPAL și, din acest motiv, aceste solicitări beneficiază de același tratament precum cele bazate pe dreptul conferit de marcă. Potrivit subaspectului 4.1, [Gerechtshof] a ignorat faptul că EPAL a susținut că PHZ nu efectuează reparațiile în conformitate cu standardele și specificațiile stricte de calitate și se sustrage de la alte obligații pe care membrii EPAL trebuie să le respecte, deși PHZ comercializează paleți drept europaleți. Astfel, PHZ profită de sistemul EPAL, în detrimentul EPAL și al membrilor săi, le face concurență neloială și subminează asociația EPAL și sistemul său. Subaspectul critică faptul că, în mod greșit, [Gerechtshof] nu a investigat dacă această conduită nu este una nelegală față de EPAL în calitatea de titular al mărcii colective.
- 3.2.1 Prin urmare, cu excepția aspectului 4, toate aspectele motivului conțin critici care se referă la întrebarea dacă, invocând marca sa colectivă, în temeiul articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară (deci cel din 2009) (încă aplicabil acestei proceduri), EPAL se poate opune comercializării ulterioare sub marca EPAL de către PHZ, care nu este membru sau deținător de licență EPAL, a paleților puși în circulație de EPAL sub această marcă, în măsura în care acești paleți sunt reparați de PHZ.
- 3.2.2 În temeiul articolului 13 alineatul (2) coroborat cu articolul 13 alineatul (1) din Regulamentul privind marca comunitară, această opoziție este posibilă numai dacă EPAL are motive legitime în acest sens, care există, conform textului, [OR 7] în special atunci când starea produselor se modifică sau se alterează după introducerea acestora pe piață.
- 3.2.3 Curtea de Justiție a Uniunii Europene nu s-a pronunțat încă cu privire la întrebarea dacă (și, în caz afirmativ, în ce împrejurări) comercializarea ulterioară a produselor de marcă reparate de o persoană care nu deține licență poate constitui un motiv legitim pentru ca titularul mărcii să se opună comercializării ulterioare a unor produse sub marcă.
- 3.2.4 Prima întrebare care apare în cadrul acestei chestiuni centrale este dacă „teoria funcției” introdusă de Curtea de Justiție a Uniunii Europene în cadrul interpretării (în special a) articolului 5 alineatul (1) din Directiva privind mărcile 89/104 pentru domeniul de protecție a mărcii (funcția de de indicare a originii și funcția de garantare a calității, precum și funcția de comunicare,



de investiție și de publicitate)<sup>6</sup> are, de asemenea, un rol în aplicarea articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară și, în caz afirmativ, dacă aceasta include interpretarea noțiunii „motive legitime” sau o cerință suplimentară aplicabilă, titularul mărcii se va putea opune cu succes comercializării ulterioare. De asemenea, apare întrebarea dacă se mai poate vorbi despre „motive legitime” în circumstanțe în care prin comercializarea ulterioară se aduce atingere sau se poate aduce atingere uneia sau mai multora dintre aceste funcții.

3.2.5 Este posibil ca, pentru ca titularul mărcii să se poată opune comercializării ulterioare a produselor reparate, să fie important (a) dacă este vorba despre produse pentru a căror reparație, de exemplu din motive de siguranță, trebuie să se prevadă exigențe tehnice mari și (b) dacă reparația constituie o modificare a stării produsului, indiferent dacă este sau nu de importanță secundară (așa cum a fost cazul conform jurisprudenței Curții de Justiție din Benelux, supusă legislației Benelux de la momentul respectiv<sup>7</sup>). Este vorba, prin urmare, despre chestiunea dacă natura produselor în cauză sau a reparației efectuate este importantă în cererea privind motivele legitime.

3.2.6 Apare, în plus, întrebarea dacă circumstanțe speciale, precum cele din cazul de față, menționate anterior la punctul 2.1 (ii) și (iii), au sau pot avea un rol în aprecia dacă există un motiv legitim.

3.2.7 Având în vedere cele dispuse în hotărârea Curții de Justiție a Uniunii Europene în cauza Viking Gas/Kosan Gas<sup>8</sup>, trebuie să se poată considera că este vorba despre motive legitime dacă se utilizează marca într-un mod care poate crea impresia că există o legătură economică între titularul mărcii (sau deținătorii licenței acestuia) și partea care comercializează produsele ulterior, și în special că aceasta aparține rețelei de distribuție a titularului mărcii sau că există o legătură specială între cei doi. Pe de altă parte, trebuie să se poată considera, pe baza acestei hotărâri, că nu există motive legitime dacă după reparație se indică în mod clar că paleții nu au fost reparați de titularul mărcii sau de un deținător al licenței acestuia. Acest lucru poate include etichetarea paleților, eventual însoțită de înlăturarea mărcii. Poate fi important, în acest context, dacă marca **[OR 8]** poate fi înlăturată ușor, fără a afecta validitatea tehnică sau utilitatea practică a paleților.

3.2.8 Având în vedere că în această cauză este vorba despre o marcă colectivă, apare și întrebarea dacă răspunsul la întrebările de mai sus este valabil, integral sau nu, și pentru o marcă colectivă. În acest context, este important

<sup>6</sup> A se vedea, în ultimul rând, Curtea de Justiție a Uniunii Europene 19 septembrie 2013, cauza C-661/11, ECLI:EU:C:2013:577 (Martin Y Paz/Depuydt)

<sup>7</sup> Curtea de Justiție din Benelux 6 noiembrie 1992, [omissis] [cauzele A 89/1 și A 91/1] (Automotive/Valeo)

<sup>8</sup> Curtea de Justiție a Uniunii Europene 14 iulie 2011, cauza C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485.

că Regulamentul privind marca comunitară (deci cel din 2009), spre deosebire de Regulamentul privind marca Uniunii Europene 2015 (2017/1001), nu prevede marca de certificare, astfel încât Regulamentul privind marca comunitară trebuie eventual interpretat în sensul că marca colectivă, având în vedere regulamentul prevăzut la articolul 67 din Regulamentul privind marca comunitară, oferă sau poate oferi o garanție mai extinsă a calității decât cea de la momentul primei comercializări (și anume comercializarea realizată de titularul mărcii sau de membrii acestuia).

3.2.9 Întrucât Curtea de Justiție a Uniunii Europene nu a luat anterior o hotărâre cu privire la aceste chestiuni de drept, iar acestea sunt importante pentru luarea unei decizii în această cauză, Hoge Raad [Curtea Supremă] va adresa Curții de Justiție a Uniunii Europene întrebări privind interpretarea, formulate după cum urmează.

[*omissis*] [suspendarea procedurii]

**4. [*omissis*]**

[*omissis*] [date privind procedura]

**5. Întrebări privind interpretarea**

1.

(a) Pentru o invocare cu succes a articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară, este necesar ca o comercializare ulterioară a produselor de marcă în cauză să aducă sau să poată aduce atingere uneia sau mai multora dintre funcțiile mărcii menționate anterior la punctul 3.2.4?

(b) În cazul unui răspuns afirmativ la întrebarea 1(a), este aceasta o cerință impusă alături de cea privind existența „motivelor legitime”?

(c) Pentru o invocare cu succes a articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară, este întotdeauna suficient să se aducă atingere uneia sau mai multora dintre funcțiile mărcii menționate la întrebarea 1(a)?

2.

(a) Se poate afirma, în general, că un titular al unei mărci se poate opune, în temeiul articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară, comercializării ulterioare a unor produse sub marca sa, dacă aceste produse sunt reparate de alte persoane decât titularul mărcii sau persoane cărora le-a dat acordul în acest sens?

(b) În cazul unui răspuns negativ la întrebarea 2(a), existența unor „motive legitime” în sensul articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară, după repararea de către un terț a unor produse puse în circulație de titularul mărcii sau cu acordul acestuia, depinde de natura [OR 9] produselor, de natura reparației efectuate (așa cum s-a explicat anterior la punctul 3.2.5) sau de alte circumstanțe, precum circumstanțele speciale din cazul de față, menționate anterior la punctul 2.1 (ii) și (iii)?

3.

(a) Opoziția titularului mărcii, în sensul articolului 13 alineatul (2) din Regulamentul privind marca comunitară, față de comercializarea ulterioară a unor produse reparate de terți este exclusă dacă marca este utilizată într-un mod care nu poate crea impresia că există o legătură economică între titularul mărcii (sau deținătorii licenței acestuia) și partea care comercializează produsele ulterior, de exemplu dacă, prin înlăturarea mărcii și/sau etichetarea suplimentară a produselor, după reparație este evident că aceasta nu a fost efectuată de titularul mărcii sau cu acordul acestuia sau de un deținător al licenței acestuia?

(b) În acest context, este relevant răspunsul la întrebarea dacă marca poate fi înlăturată ușor, fără a afecta validitatea tehnică sau utilitatea practică a produselor?

4.

Pentru a se răspunde la întrebările de mai sus, este important dacă este vorba despre o marcă colectivă în sensul Regulamentului privind marca comunitară și, în caz afirmativ, în ce mod?

## 6. Decizie

[omissis]

[omissis] [Curtea Supremă adresează întrebările de mai sus și suspendă procedura]

[omissis] [formula de încheiere] [OR 10]

## Semnătură Hotărâre

[omissis]